



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

“PROPUESTA DE UN MODELO DE ASOCIATIVIDAD PARA  
LOS PRODUCTORES DE LA CAÑA DE AZÚCAR DEL  
CASERÍO GUAYABO – CONTUMAZÁ COMO ESTRATEGIA  
PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL AGUARDIENTE AL  
MERCADO DE ASTURIAS - ESPAÑA”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autoras:**

Bach. Karely Sadith Bobadilla Alfaro  
Bach. Jenny Magaly Orrillo Carranza

**Asesor:**

Mg. Luis Felipe Velasco Luza

Cajamarca – Perú  
2018

## Tabla de contenido

|   |            |
|---|------------|
| <b>ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS .....</b>        | <b>ii</b>  |
| <b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS .....</b>                         | <b>iii</b> |
| <b>DEDICATORIA .....</b>  | <b>iv</b>  |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>   | <b>v</b>   |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>  | <b>ix</b>  |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>                                       | <b>x</b>   |
| <b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</b>                                | <b>14</b>  |
| 1.1 Realidad Problemática .....                                     | 14         |
| 1.2 Formulación del problema .....                                  | 16         |
| 1.3 Objetivos .....   | 16         |
| 1.3.1 Objetivo General .....  | 16         |
| 1.3.2 Objetivos Específicos .....                                   | 16         |
| <b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....</b>                               | <b>17</b>  |
| 2.1 Antecedentes .....  | 17         |
| 2.1.1 A nivel internacional .....                                   | 17         |
| 2.1.2 A nivel nacional .....  | 22         |
| 2.1.3 A nivel local .....   | 23         |
| 2.2 Bases Teóricas .....  | 24         |
| 2.2.1 Teoría de la Asociatividad.....                               | 24         |
| 2.2.2 Asociatividad Empresarial.....                                | 24         |
| 2.2.3 Características de la Asociatividad .....                     | 25         |
| 2.2.4 Oportunidades que brinda la Asociatividad .....               | 26         |
| 2.2.5 Impedimentos para la Asociatividad .....                      | 26         |
| 2.2.6 Objetivos de la Asociatividad .....                           | 26         |
| 2.2.7 Proceso de la Asociatividad .....                             | 28         |
| 2.2.8 Tipos de Asociatividad .....                                  | 28         |
| 2.2.9 Ventajas de la Asociatividad .....                            | 33         |
| 2.2.10 Definición de la Comercialización .....                      | 34         |
| 2.2.11 Factores que influyen en el Comercio Internacional.....      | 34         |
| 2.2.12 Marketing Internacional.....                                 | 36         |
| 2.2.13 Tarea del Marketing Internacional .....                      | 36         |
| 2.2.14 Etapas de la participación del Marketing Internacional ..... | 37         |
| 2.2.15 Teoría de Exportación.....                                   | 38         |
| 2.2.16 Enfoques para la Exportación .....                           | 40         |
| 2.3 Hipótesis .....   | 41         |
| 2.3.1 Hipótesis General.....  | 41         |
| 2.3.2 Hipótesis Específicas .....                                   | 41         |
| <b>CAPITULO 3. METODOLOGÍA.....</b>                                 | <b>42</b>  |
| 3.1 Operacionalización de Variables .....                           | 42         |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.2 Diseño de Investigación .....   | 43        |
| 3.3 Unidad de estudio.....  | 43        |
| 3.4 Población .....   | 43        |
| 3.5 Muestra.....  | 43        |
| 3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos ..... | 44        |
| 3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos .....     | 44        |
| <b>CAPITULO 4. RESULTADOS .....</b>                                       | <b>45</b> |
| 4.1 Diagnóstico situacional de los productores de la caña de azúcar ..... | 45        |
| 4.1.1 Grado de instrucción del productor.....                             | 45        |
| 4.1.2 Producción de la caña de azúcar.....                                | 46        |
| 4.1.3 Comercialización:.....  | 55        |
| 4.1.4 Disponibilidad de asociatividad:.....                               | 67        |
| 4.2 Determinación del modelo de asociatividad. ....                       | 71        |
| 4.2.1 Constitución De La Cooperativa .....                                | 71        |
| 4.2.2 Objetivo de la Cooperativa.....                                     | 71        |
| 4.2.3. Modalidad de la Cooperativa .....                                  | 72        |
| 4.2.4 Características de la Cooperativa.....                              | 72        |
| 4.2.5 Ventajas .....  | 73        |
| <b>CAPITULO 5. PRODUCTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL.....</b>                | <b>75</b> |
| 5.1 Idea de Negocio .....   | 75        |
| 5.1.1 Identificación de la idea de negocio.....                           | 75        |
| 5.1.2 Depuración de ideas de negocio .....                                | 75        |
| 5.1.3 Factores de evaluación de ideas plateadas .....                     | 75        |
| 5.1.4. Sub Factores de evaluación de ideas planteadas .....               | 76        |
| 5.1.5 Ponderación y asignación de calificación .....                      | 79        |
| 5.2 Aspectos generales del negocio .....                                  | 82        |
| 5.2.1 Descripción de la idea de negocio .....                             | 82        |
| 5.2.2 Descripción del producto .....                                      | 82        |
| 5.2.3 Factores diferenciales del producto .....                           | 82        |
| 5.2.4 Materia prima - Caña de azúcar .....                                | 82        |
| 5.2.5 Marca comercial.....  | 84        |
| 5.2.6 Etiqueta .....  | 85        |
| 5.2.7 Envase .....  | 86        |
| 5.1.8 Embalaje y exportación.....   | 87        |
| 5.2.9 Paletización.....   | 88        |
| 5.2.10 Contenedorización .....  | 91        |
| 5.2.11 Necesidad, oportunidad identificada .....                          | 91        |
| 5.2.12 Descripción del equipo emprendedor .....                           | 92        |
| 5.3 Análisis estratégico de la empresa.....                               | 92        |
| 5.3.1 Misión .....  | 92        |
| 5.3.2 Visión .....  | 92        |
| 5.3.3 Objetivos Estratégicos .....  | 92        |
| 5.3.4 Política Corporativa.....   | 93        |
| 5.3.5 Valores Empresariales .....   | 93        |
| 5.3.6 Análisis FODA.....  | 94        |

|   |            |
|---|------------|
| 5.4 Análisis del mercado objetivo .....   | 95         |
| 5.4.1 Análisis de las Exportación e Importaciones Peruanas al mercado español ..... | 95         |
| 5.4.2 Análisis del País Destino .....   | 96         |
| 5.4.3 Requisitos Arancelarios .....   | 121        |
| 5.4.4 Propiedad Intelectual y propiedad Industrial.....                             | 124        |
| 5.4.5 Logística.....  | 124        |
| 5.4.6 INCOTERM .....  | 126        |
| 5.4.7 Reglas de Embalaje y Etiquetado en España .....                               | 130        |
| 5.4.8 Medidas Fitosanitarias .....  | 133        |
| 5.5 Plan de marketing.....  | 134        |
| 5.5.1 Análisis Estratégico.....   | 134        |
| 5.5.2 Marketing Mix.....  | 135        |
| 5.5.4 Plan de operaciones .....   | 141        |
| 5.6 Plan de RR.HH. ....   | 147        |
| 5.6.1 Conformación de partes de la empresa.....                                     | 147        |
| 5.6.2 Parámetros de diseño organizacional.....                                      | 147        |
| 5.6.3 Estructura organizacional .....   | 148        |
| 5.6.4 El organigrama.....   | 148        |
| <b>CAPITULO 6. Análisis Financiero .....</b>  | <b>149</b> |
| 6.1 Supuestos.....  | 149        |
| 6.2 Proyección de ventas .....  | 149        |
| 6.3 Proyección de ventas en soles.....  | 150        |
| 6.4 Inversión .....   | 150        |
| 6.5 Depreciación Anual .....  | 151        |
| 6.6 Gastos en Servicios, Útiles y Suministro.....                                   | 151        |
| 6.7 Cálculo de Remuneraciones .....   | 153        |
| 6.8 Demanda Anual y Mensual .....   | 155        |
| 6.9 Gastos de Venta.....  | 155        |
| 6.10 Gastos de Administración.....  | 156        |
| 6.11 Financiamiento .....   | 156        |
| 6.12 Estado de Resultados .....   | 158        |
| 6.13 Flujo de efectivo .....  | 159        |
| 6.14 Indicadores Financieros .....  | 160        |
| 6.14.1 WACC .....   | 160        |
| 6.14.2 VAN.....   | 160        |
| 6.14.3 TIR .....  | 161        |
| <b>DISCUSIÓN .....</b>  | <b>162</b> |
| <b>CONCLUSIONES .....</b>   | <b>164</b> |
| <b>RECOMENDACIONES.....</b>   | <b>166</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>   | <b>167</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>   | <b>171</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1. <i>Ventajas</i> .....   | 74  |
| Tabla 2. <i>Registro de ideas</i> .....  | 75  |
| Tabla 3. <i>Proceso de depuración de ideas</i> .....   | 75  |
| Tabla 4. <i>Factores de evaluación de ideas planteadas</i> .....                                 | 76  |
| Tabla 5. <i>Sub Factores de evaluación</i> .....   | 77  |
| Tabla 6. <i>Sub Factor de evaluación del aguardiente</i> .....                                   | 78  |
| Tabla 7. <i>Sub Factor de evaluación del protector solar a base de palta</i> .....               | 79  |
| Tabla 8. <i>Ponderación de factores y sub factores del aguardiente</i> .....                     | 80  |
| Tabla 9. <i>Ponderación de factores y sub factores del protector solar a base de palta</i> ..... | 81  |
| Tabla 10. <i>Información nutricional del aguardiente</i> .....                                   | 82  |
| Tabla 11. <i>Ficha técnica de la caña de azúcar</i> .....  | 83  |
| Tabla 12. <i>Perú producción de la caña de azúcar</i> .....                                      | 84  |
| Tabla 13. <i>Siembra y cosecha de la caña de azúcar</i> .....                                    | 84  |
| Tabla 14. <i>Envase</i> .....  | 86  |
| Tabla 15. <i>Presentaciones del envase</i> .....   | 86  |
| Tabla 16. <i>Descripción de la tapa rosca metálica</i> .....                                     | 87  |
| Tabla 17. <i>Información técnica de la caja</i> .....  | 87  |
| Tabla 18. <i>Información técnica del pallet</i> .....  | 89  |
| Tabla 19. <i>Información técnica del esquinero</i> .....   | 90  |
| Tabla 20. <i>Información técnica del zuncho</i> .....  | 90  |
| Tabla 21. <i>Información técnica del contenedor</i> .....  | 91  |
| Tabla 22. <i>Datos del equipo emprendedor</i> .....  | 92  |
| Tabla 23. <i>Objetivos de la empresa</i> .....   | 92  |
| Tabla 24. <i>FODA</i> .....  | 94  |
| Tabla 25. <i>Principales Importadores de productos de la caña de azúcar de Perú</i> .....        | 95  |
| Tabla 26. <i>Datos Macroeconómicos de España</i> .....   | 97  |
| Tabla 27. <i>Evolución PIB Anual España</i> .....  | 97  |
| Tabla 28. <i>Evolución PIB Per Cápita Anual España</i> .....                                     | 98  |
| Tabla 29. <i>Mercado objetivo</i> .....  | 105 |
| Tabla 30. <i>Alcohol y bebidas alcohólicas</i> .....   | 123 |
| Tabla 31. <i>Costo de venta</i> .....  | 128 |
| Tabla 32. <i>Gastos para el DDP</i> .....  | 129 |
| Tabla 33. <i>Determinación del precio y el punto de Equilibrio</i> .....                         | 137 |
| Tabla 34. <i>Fuerzas de Porter</i> .....   | 139 |
| Tabla 35. <i>Equipo de maquinaria</i> .....  | 142 |
| Tabla 36. <i>Conformación de la empresa</i> .....  | 147 |
| Tabla 37. <i>Supuestos</i> .....   | 149 |
| Tabla 38. <i>Proyección de ventas en cantidades</i> .....  | 149 |
| Tabla 39. <i>Proyección de ventas en soles</i> .....   | 150 |
| Tabla 40. <i>Inversión</i> .....   | 150 |
| Tabla 41. <i>Depreciación Anual</i> .....  | 151 |
| Tabla 42. <i>Gastos en servicios, útiles y suministro</i> .....                                  | 152 |
| Tabla 43. <i>Cálculo de remuneraciones</i> .....   | 153 |
| Tabla 44. <i>Tasas de Fondos de Pensiones</i> .....  | 154 |
| Tabla 45. <i>Resumen de Remuneraciones</i> .....   | 154 |
| Tabla 46. <i>Demanda anual y mensual</i> .....   | 155 |
| Tabla 47. <i>Gastos de venta</i> .....   | 155 |
| Tabla 48. <i>Gastos de Administración</i> .....  | 156 |
| Tabla 49. <i>Financiamiento</i> .....  | 157 |
| Tabla 50. <i>Cronograma de pagos</i> .....   | 157 |
| Tabla 51. <i>Estado de Resultados</i> .....  | 158 |
| Tabla 52. <i>Flujo de Efectivo</i> .....   | 159 |
| Tabla 53. <i>Cálculo de WACC</i> .....   | 160 |
| Tabla 54. <i>VAN Y TIR</i> .....   | 161 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |     |
|---|-----|
| <i>Figura 1. Asociatividad: Mecanismo clave para lograr el desarrollo sostenible.</i> | 26  |
| <i>Figura 2. Proceso de la asociatividad</i>  | 28  |
| <i>Figura 3. Estructura orgánica de una Corporativa</i>                               | 29  |
| <i>Figura 4. Motivos para la formación de un Joint Venture</i>                        | 32  |
| <i>Figura 5. Tarea del Marketing Internacional.</i>                                   | 37  |
| <i>Figura 6. Diseño de investigación</i>  | 43  |
| <i>Figura 7. Grado de instrucción.</i>  | 45  |
| <i>Figura 8. Producción de la caña de azúcar.</i>                                     | 46  |
| <i>Figura 9. Propiedad.</i>   | 47  |
| <i>Figura 10. Estacionalidad.</i>   | 48  |
| <i>Figura 11. Rendimiento por hectárea.</i>   | 49  |
| <i>Figura 12. Cantidad de productores.</i>  | 50  |
| <i>Figura 13. Costo por sembrar o mantener cada hectárea.</i>                         | 51  |
| <i>Figura 14. Costo promedio de la producción de una lata (20 litros).</i>            | 52  |
| <i>Figura 15. Riesgos de la producción de la caña de azúcar.</i>                      | 53  |
| <i>Figura 16. Calidad de la máquina que utiliza para el aguardiente.</i>              | 54  |
| <i>Figura 17. Clientes.</i>   | 55  |
| <i>Figura 18. Ventas.</i>   | 56  |
| <i>Figura 19. Acogida del aguardiente en el extranjero.</i>                           | 57  |
| <i>Figura 20. Orientación de producto.</i>  | 58  |
| <i>Figura 21. Comercialización.</i>   | 59  |
| <i>Figura 22. Ventas mensuales.</i>   | 60  |
| <i>Figura 23. Precios de venta.</i>   | 61  |
| <i>Figura 24. Estrategia de precio.</i>   | 62  |
| <i>Figura 25. Estabilidad de precio.</i>  | 63  |
| <i>Figura 26. Medios de promoción.</i>  | 64  |
| <i>Figura 27. Marca comercial.</i>  | 65  |
| <i>Figura 28. Venta del aguardiente.</i>  | 66  |
| <i>Figura 29. Conocimiento sobre la Asociatividad.</i>                                | 67  |
| <i>Figura 30. Conocimiento de las ventajas de asociarse.</i>                          | 68  |
| <i>Figura 31. La asociatividad atrae beneficios</i>                                   | 69  |
| <i>Figura 32. Disponibilidad de asociarse.</i>  | 70  |
| <i>Figura 33. Características de la Cooperativa Agraria</i>                           | 72  |
| <i>Figura 34. Marca comercial.</i>  | 85  |
| <i>Figura 35. Etiqueta.</i>   | 85  |
| <i>Figura 36. Marcado de la caja.</i>   | 88  |
| <i>Figura 37. Exportaciones a España</i>  | 96  |
| <i>Figura 38. Consumo semanal según países de Europa</i>                              | 99  |
| <i>Figura 39. Evolución del consumo de bebidas alcohólicas</i>                        | 100 |
| <i>Figura 40. Ciudades de España en donde más se consume alcohol.</i>                 | 101 |
| <i>Figura 41. Tasa de desempleo (EPA) 2018 CCAA</i>                                   | 102 |
| <i>Figura 42. Consumo diario (población de 15 a 64 años)</i>                          | 103 |
| <i>Figura 43. Porcentaje de consumo de alcohol según la edad</i>                      | 103 |
| <i>Figura 44. Consumo de bebidas alcohólicas en días laborales.</i>                   | 104 |
| <i>Figura 45. Consumo de bebidas alcohólicas en el fin de semana.</i>                 | 104 |
| <i>Figura 46. Sexo del consumidor.</i>  | 108 |
| <i>Figura 47. Edad del consumidor</i>   | 109 |
| <i>Figura 48. Consumo de licor.</i>   | 110 |
| <i>Figura 49. Ocasiones de consumir licor.</i>  | 111 |
| <i>Figura 50. Preferencia de consumo.</i>   | 112 |
| <i>Figura 51. Consumo de marcas nuevas de licor.</i>                                  | 113 |
| <i>Figura 52. Compra de aguardiente.</i>  | 114 |
| <i>Figura 53. Frecuencia de consumo del aguardiente.</i>                              | 115 |
| <i>Figura 54. Grado de alcohol.</i>   | 116 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Figura 55. Factores de compra.</i>                     | 117 |
| <i>Figura 56. Contenido del envase.</i>                   | 118 |
| <i>Figura 57. Establecimientos de venta.</i>              | 119 |
| <i>Figura 58. Medios de promoción.</i>                    | 120 |
| <i>Figura 59. Proceso de la distribución.</i>             | 127 |
| <i>Figura 60. Distribución Internacional.</i>             | 130 |
| <i>Figura 61. Etiqueta ecológica de la Unión Europea.</i> | 132 |
| <i>Figura 62. Presentación del producto.</i>              | 136 |
| <i>Figura 63. Expoalimentaria 2018.</i>                   | 138 |
| <i>Figura 64. Alimentaria, Barcelona.</i>                 | 138 |
| <i>Figura 65. Distribución de la planta.</i>              | 141 |
| <i>Figura 66. Proceso de elaboración del aguardiente.</i> | 143 |
| <i>Figura 67. Cosecha de la caña.</i>                     | 144 |
| <i>Figura 68. Lavado de la caña.</i>                      | 144 |
| <i>Figura 69. Extracción del jugo de la caña.</i>         | 145 |
| <i>Figura 70. Proceso de hervir el jugo fermentado.</i>   | 145 |
| <i>Figura 71. Destilación de la caña.</i>                 | 146 |
| <i>Figura 72. Obtención del aguardiente.</i>              | 146 |
| <i>Figura 73. Estructura organizacional.</i>              | 148 |
| <i>Figura 74. Organigrama.</i>                            | 148 |

## RESUMEN

La presente investigación, tiene como objetivo primordial proponer un modelo de asociatividad adecuado para los productores anteriormente mencionados que sirva como base principal para la comercialización de su producto. En este estudio se explica los modelos de asociatividad que sirve como fuente de información para determinar cuál es el indicado para ellos, así como las ventajas que involucra implementar la asociatividad dentro de un determinado sector. A partir del objetivo general, se empezó a recolectar información que permita conocer el modelo asociativo adecuado, como los beneficios que este proporciona, para ello se realizó una encuesta a los productores y una entrevista al Representante de la Dirección Regional de Agricultura de Cajamarca, especialista en temas de asociatividad. Los principales resultados que se obtuvieron a través de la aplicación de dichos instrumentos, es que, el mejor modelo asociativo para los productores de la caña de azúcar del caserío Guayabo – Contumazá es la Cooperativa Agraria, y las ventajas que se obtendría a partir de esta implementación son: complementación de capacidades, economía a escalas, fuerza negociadora, posibilidad de marca, menos intermediarios. Con la elaboración de esta tesis se pretende que sirva de ayuda metodológica a los estudiantes que vienen cursando la carrera, y sobre todo a los productores cajamarquinos, de los distintos sectores, que tengan presente que la implementación de un modelo de asociatividad es fundamental para generar una ventaja competitiva y un desarrollo sostenible y comercial, porque la unión hace la fuerza.

**Palabras claves:** Modelo de asociatividad, productor, caña de azúcar, comercialización, aguardiente.



## ABSTRACT

The main objective of the present research is to propose a suitable associative model for the aforementioned producers that serves as the main basis for the commercialization of their product. In the present work we explain the associative models that serve as a source of information to determine which is the right one for them, as well as the advantages involved in implementing associativity within a given sector. From the general objective, it began to collect information that allows knowing the appropriate associative model, such as the benefits it provides, for this a survey was conducted to the producers and an interview to the Representative of the Regional Bureau of Agriculture of Cajamarca, specialist on issues of associativity. The main results obtained through the application of these instruments, is that the best associative model for producers of sugarcane of the Guayabo - Contumazá farmhouse is the Agrarian Cooperative, and the advantages that would be obtained from this implementation are: complementation of capabilities, economy at scales, negotiating force, possibility of brand, less intermediaries. With the development of this thesis is intended to serve as a methodological aid to students who are studying the race, and especially to Cajamarca producers, from different sectors, to keep in mind that the implementation of a model of associativity is essential to generate a competitive advantage and a sustainable and commercial development, because the union is strength.

**Keywords:** Associative model, producer, sugarcane, commercialization, schnapps.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril, M. y Tonón, L. (2010). Propuesta de asociatividad de las pymes de Cuenca como medio de fomentar exportaciones. Recuperada de [http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/2796?fbclid=IwAR2Lz1oIPQdzFcEMvZt8ecWqRKzRaKMsAU69Ee\\_FqRDVtprJdPT4\\_me0\\_Fk](http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/2796?fbclid=IwAR2Lz1oIPQdzFcEMvZt8ecWqRKzRaKMsAU69Ee_FqRDVtprJdPT4_me0_Fk)
- Al Attach, F. (2015). Exportación del vino chileno. La estrategia de la asociación gremial vinos – Chile A.G. Recuperada de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136814>
- Banda, L. (2004). Asociatividad: estrategia de éxito para el comercio internacional. Recuperado de <http://www.vicomex.gob.pa/texto/Congreso%202004/Leonardo%20Banda.pdf>
- Cateora, P.; Gilly, M. y Graham, J. (2010). Marketing Internacional. México: McGrawHill. Tercera Edición en español.
- Cojal, J. y Rojas, K. (2016). Asociatividad de pequeños productores de aguardiente para la elaboración y comercialización de un licor macerado con frutas exóticas a Baltimore - EE.UU. 2016. Recuperado el 30 de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/9985>
- Comercio Exterior y exportaciones peruanas (2017). Guía Multisectorial de Mercado: España. Recuperado el 11 de noviembre de 2018 desde <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/432400739rad09451.pdf>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2015). Guía de acceso para alimentos al mercado de la Unión Europea. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radF176B.pdf>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2013). Guía de mercado España. Sector servicios. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Espa%C3%B1a%202013.pdf>
- Daniels, J. y Radebaugh, L. (2000). Negocios Internacionales. México: Pearson Educación. Octava Edición pp. 662-686. 695
- Daniels, J.; Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones. México: Pearson Educación. Décimo Cuarta Edición pp. 483-493, 647.

- Dirección General de Competitividad Agraria (2013). Caña de Azúcar. Principales Aspectos de la cadena Agroproductiva. Recuperado de [http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/agroeconomia/agroeconomia\\_cana\\_azucar.pdf](http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/agroeconomia/agroeconomia_cana_azucar.pdf)
- Escobar, R. (2012). Modelo asociativo de exportación para alcoholeros del cantón Pangua. Recuperada de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/6760>
- Gutiérrez, D. y Flores, A. (2013). Creación asociativa de PYMES para exportar licor de noni hacia la UE. Recuperada de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/379>
- Hyun, L. (2009). Marketing Internacional: Teoría y 50 casos. México: CENGACCE Learning. pp.5-7
- Igüera, M. (2003). Asociatividad en pymes: Análisis de casos en Argentina. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/asociatividad-en-pymes-analisis-de-casos-en-la-argentina/>
- Lerma, A. y Márquez, E. (2010), Comercio y Marketing internacional. México: CENAGE Learning. Cuarta edición
- Maguiña, R. (2009). Joint venture: Estrategia para lograr la competitividad en el Perú. Recuperado de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/vol7\\_n1/pdf/joint.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/vol7_n1/pdf/joint.pdf)
- Mathews, J. (2014). Asociatividad empresarial. Recuperado de <http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>
- McDaniel, C. y Gates R. (2011). Investigación de mercados. México: CENGACCE Learning. Octava edición. pp. 7, 18-20.
- Mejía, R. (2011). Asociatividad empresarial como estrategia para la internacionalización de las PYME. Recuperada de <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/2269?fbclid=IwAR29LHj50ly7nkkAcaxBzkSerbwUeL77bPsmoRQENTHe02O-qghh4RjFvZI>
- Mendoza, C.; Alfaro, J. y Paternina, C. (2015). Manual práctico para gestión logística. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/653185.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004). Plan estratégico nacional exportador 2003-2013. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2003\\_2013/2Planes\\_Sectoriales\\_POS/Sector\\_Agropecuario\\_Agroindustrial.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/2Planes_Sectoriales_POS/Sector_Agropecuario_Agroindustrial.pdf)

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). Asociatividad. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_Tumbes\\_y\\_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). Capacitación de productores en los beneficios de la asociatividad. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_asociatividad/Curso%20Asociatividad%201%20-%20Asociatividad%2020080917.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_asociatividad/Curso%20Asociatividad%201%20-%20Asociatividad%2020080917.pdf)
- Ministerio de Agricultura y Riego (2017). Producción de caña de azúcar en el Perú, perspectivas. Recuperado de <http://minagri.gob.pe/portal/datero/29-sector-agrario/azucar/241-azucar?start=1>
- Ministerio de la Producción asociatividad empresarial cuaderno de trabajo asociatividad empresarial. Recuperado de [http://www.emprendedorperuano.pe/assets/cuaderno\\_trabajo\\_asociatividad\\_empresarial.pdf](http://www.emprendedorperuano.pe/assets/cuaderno_trabajo_asociatividad_empresarial.pdf)
- Munuera, J. y Rodríguez, A. (2012). Estrategias de marketing: un enfoque en el proceso de dirección. Madrid: ESIC EDITORIAL. 2ª Edición pp. 238-239
- Narváez, M. y Valdez, P. (2015). Creación de un modelo asociativo para la producción y exportación de sidra de manzana en el Cantón Cevallos. Recuperada de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/11271>
- Quimí, M. (2012). Modelo asociativo para la gestión de los agricultores de la comuna manantial de Guangala, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, año 2012. Recuperada de <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/764>
- Rodríguez, G. (2017). ¿Cómo bebemos? Gráficos que explican el consumo de alcohol en España. EL PAÍS. Verne, Disponible en [https://verne.elpais.com/verne/2016/12/30/articulo/1483088040\\_540568.html?fbclid=IwAR1ASlq4QH5HRbMLpUEerSCYtYXI74FB5Po9dJPIXW9H\\_HIfEWfU\\_3\\_shY4\\_\\_\\_\\_](https://verne.elpais.com/verne/2016/12/30/articulo/1483088040_540568.html?fbclid=IwAR1ASlq4QH5HRbMLpUEerSCYtYXI74FB5Po9dJPIXW9H_HIfEWfU_3_shY4____) [Consultado noviembre 2018]
- Segura, J. y López, L. (2015). La internacionalización de las pymes y el asociacionismo exportador. Recuperada de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/1.09.pdf>

- Sierra, J. (2010). Efectividad de los programas de asociatividad para la internacionalización de las PYMES. Recuperada de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/10694?show=full>
- Torres, W. (2011). Asociatividad como estrategia para desarrollar las exportaciones de pisco del valle de Cañete. San Martín Emprendedor, 2(1), pp. 31-40. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1602>